



## Construyendo la noticia en el continente: Telesur y su Noticiero Estelar

Yarimis Méndez Pupo. Periodista

[yarimismendez@gmail.com](mailto:yarimismendez@gmail.com)

Universidad de Guadalajara

Cosette Celecia Pérez. Periodista

[cosettecelecia@gmail.com](mailto:cosettecelecia@gmail.com)

Universidad Veracruzana

### Resumen

El presente artículo constituye una aproximación al modo en que se construye la realidad de América Latina en el Noticiero Estelar de la televisora multiestatal Telesur.

Para su elaboración se partió de los resultados de investigación de la tesis de licenciatura homónima de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana, **Buscando ese Sur pospuesto (2008)**, cuya información ha sido actualizada para volver de manera crítica sobre los contenidos vinculados al continente difundidos por esta televisora y valorar cómo lleva a la práctica el objetivo fundacional de crear un discurso alternativo al de los medios hegemónicos.

**Palabras clave:** medios de comunicación, Telesur, hegemonía, discurso alternativo, construcción de la realidad.

### Abstract

This article is an approach to how the situation in Latin America is built through the Star News of the multistate broadcaster Telesur. Its preparation started from the research results of the thesis eponymous degree from the School of Communication at the University of Havana, **Looking that South postponed (2008)**, whose information has





been updated to return critically on content related the continent by this television broadcast and evaluate how practice leads to its founding objectives of creating an alternative to the hegemonic media discourse.

*Key words: media, Telesur, hegemony, alternative discourse, construction of reality*





## Construyendo la noticia en el continente: Telesur y su Noticiero Estelar

**Yarimis Méndez Pupo. Periodista**

[yarimismendez@gmail.com](mailto:yarimismendez@gmail.com)

**Cosette Celecia Pérez. Periodista**

[cosettecelecia@gmail.com](mailto:cosettecelecia@gmail.com)

### Introducción

La década de 1960 sentaría pautas en los estudios teóricos sobre los medios masivos de comunicación. El surgimiento de disciplinas como la semiótica, y el predominio de las tendencias críticas centraron la mirada sobre las ideologías ocultas en los mensajes y la trama mercantil de los medios de comunicación masiva. Comenzaron entonces a develarse una complejidad de fenómenos simplificados hasta el momento.

El mito de la objetividad periodística y del reflejo fiel de la realidad terminó por derrumbarse. Se hizo visible que se trataba de un proceso mucho más amplio en el cual influían aspectos como las políticas editoriales del medio y la subjetividad de los realizadores.

El dogma de la libertad de información también caería en descrédito ante la creciente concentración de la propiedad de los medios masivos de comunicación en manos de grupos cada vez más elitistas que tenían como máxima los criterios de compra y venta.

La afluencia de grandes presupuestos hacia los medios por parte de estas compañías determinó la presencia y jerarquía de criterios comerciales en la producción de noticias, dando pie a contenidos mediáticos sensacionalistas y escandalosos que perseguían atrapar a un público diverso. Ello, unido al surgimiento de corrientes de pensamiento como la globalización neoliberal, terminaría por estandarizar patrones y modos de concebir la información a nivel mundial.





Los medios de comunicación han seguido la creciente tendencia de agruparse para conformar empresas de alcance global, rasgo al que ha contribuido el progresivo avance tecnológico. De este modo los medios penetran en todos los sectores de la cultura de masas, de la comunicación y de la información. Desde este último campo, la televisión —medio que nos ocupa— es generadora de sentido, promueve valores, establece estereotipos y códigos comunicativos funcionales a los intereses de sus dueños y patrocinadores.

Teóricos de la comunicación y otros especialistas que han reflexionado de manera crítica sobre el medio televisivo en la actualidad, han llamado la atención sobre la preeminencia de un modelo estandarizado de televisión comercial, liderado por las principales cadenas norteamericanas, en el cual la información se construye siguiendo lógicas mercantiles y de reproducción del sistema capitalista.

En este contexto, América Latina ha tenido como referente a las grandes redes estadounidenses, entre ellas CNN en español, Fox News, ESPN y NBC. Desde esas cadenas se importó al continente un modelo de producción de noticias y a través de sus noticieros llegan cada día a la región enormes volúmenes de información que difunden sus versiones sobre los acontecimientos latinoamericanos. La realidad del continente es construida en los relatos de estos medios a partir de una perspectiva distante, no sólo desde el punto de vista geográfico, sino también cultural, político y social.

En medio de este panorama surge el 24 de julio de 2005 la televisora multiestatal Telesur, una propuesta articulada para difundir desde y para el Sur una programación comprometida con los valores, las ideas y costumbres de sus habitantes y que proclamara desde sus inicios, como uno de sus principales objetivos, el propósito de conformar una imagen autóctona sobre el continente, desprovista de las estigmatizaciones de la mirada foránea.





En uno de los primeros acercamientos a lo que sería el *Manual de Funcionamiento, Redacción y Estilo de las Corresponsalías de Telesur*<sup>1</sup>, se marcan las pautas para la práctica de un periodismo de investigación serio y profesional, que pretendía alejarse de la politiquería y la propaganda partidista, y que abogaba por la participación de la mayoría de los países latinoamericanos, para garantizar así la pluralidad de voces en el medio.

A partir de sus lineamientos generales Telesur se propuso como un espacio para escapar de los moldes preestablecidos, a través de un lente comprometido con captar la identidad cultural y la realidad de los pueblos latinoamericanos, mediante un lenguaje audiovisual que contribuyera a construir una imagen otra de nuestro continente, y sobre todo, a partir de contenidos que garantizaran la presencia del sujeto latinoamericano, opacado o caricaturizado durante mucho tiempo por los grandes medios de comunicación.

Sin embargo, su mirada no ha escapado de estereotipos. El ideal de crear un canal nuevo, con una programación totalmente independiente de la agenda que imponen los grandes consorcios mediáticos, ha devenido reto particularmente difícil. Mientras, la pluralidad de fuentes, otro de los presupuestos fundacionales, también se diluye en las dinámicas diarias de la televisora, que finalmente favorece una visión monopólica, unívoca de los hechos, toda vez que la voz gubernamental venezolana es la que aparece con el mayor protagonismo en sus coberturas.

### Otras voces en el continente: aproximaciones de varios autores al tema

Frente a un modelo estandarizado de producción de noticias, signado por la internacionalización de agendas informativas y la generalización de modos de concebir

<sup>1</sup> El *Manual de Funcionamiento, Redacción y Estilo de las Corresponsalías de Telesur* puede consultarse en [http://revolucionrespuntocero.com/wp-content/uploads/2012/12/LINEAMIENTOS\\_BASICOS\\_PARA\\_ELABORACION\\_DE\\_NOTAS.pdf](http://revolucionrespuntocero.com/wp-content/uploads/2012/12/LINEAMIENTOS_BASICOS_PARA_ELABORACION_DE_NOTAS.pdf)





la noticia, han surgido también reclamos por crear de manera distinta las informaciones. El interés por fundar un canal regional que, además de contribuir a la integración, transmitiera contenidos alternativos al discurso de los grandes grupos mediáticos, no comenzó con Telesur, sino desde mucho antes.

Varios autores destacan que el ideal de integración latinoamericano se ha presentado como una serie de proyectos que han tenido entre sus propósitos rescatar el imaginario postcolonial. Entre ellos resaltan iniciativas integracionistas que van desde espacios de mercado común —SELA, Pacto Andino, MERCOSUR—, hasta empresas conjuntas en áreas de la cultura, la ciencia y, más recientemente, en los medios de comunicación (Cañizález & Lugo, 2007).

En el ámbito de la información mediática este anhelo empezaría a concretarse en las agencias de prensa. A partir de 1945 en el continente cobra auge el surgimiento de agencias nacionales de noticias, aunque éstas alcanzarían su mayor protagonismo entrada la década de 1970.

En Argentina, la Agencia de Noticias Nacional, *Telam*, se fundó por iniciativa de Juan Domingo Perón, con el objetivo de hacer frente a la hegemonía informativa de las agencias estadounidenses *United Press Internacional* y *Associated Press*. Otro ejemplo, éste con carácter regional, tuvo lugar en Cuba. Bajo la consigna “somos objetivos pero no imparciales” la agencia *Prensa Latina* comenzó a emitir noticias a partir de 1959, desde una perspectiva antimperialista y comprometida con los procesos revolucionarios del continente (Salinas, 1984).

También en México se constituyó la Agencia de Noticias Estatal, *Notimex*, creada el 20 de agosto de 1968, con motivo de la celebración de los Juegos Olímpicos de ese año.

Asimismo, surgieron en este contexto la venezolana *Venpress*, actualmente Agencia Bolivariana de noticias. En este tiempo se producen dos asociaciones de medios locales latinoamericanos con agencias extranjeras, motivadas por intereses económicos y el propósito de los medios locales de lograr una mayor divulgación de las informaciones





propias. Así surgió en enero de 1970 Latin Reuters, integrada por trece periódicos de la región, insatisfechos por la calidad y cantidad de información latinoamericana distribuida por las agencias trasnacionales, y por la británica Reuters (Salinas, 1984).

También se conformó la agencia ACAN-EFE. Once diarios y radios de América Central se unieron a la agencia de prensa española. Esta iniciativa estuvo impulsada por la necesidad de una comunicación que surgiera desde sus propios países para estrechar vínculos entre ellos. Sin embargo, en ambos casos las agencias extranjeras tuvieron la responsabilidad de seleccionar y entrenar a los periodistas y de alguna manera imponer sus puntos de vista en los contenidos que difundían.

Para los años 80, como otra iniciativa importante, ya específicamente en el medio televisivo, se propuso la creación de *Latinvisión*, una red de intercambio de noticias para los países de América Latina y el Caribe que intentaba complementar y ampliar la información mutua entre nuestros pueblos, más allá del recuento de catástrofes y escándalos, que es el principal interés de muchas de las grandes transnacionales que proveen a los canales privados. El cineasta argentino Fernando Pino Solanas, implicado en este proyecto, abogaba insistentemente por un canal latinoamericano para fomentar la identidad regional mediante una programación comprometida con la integración.

Otra de las iniciativas fue sugerida por Ignacio Ramonet, en el Segundo Foro Social Mundial reunido en Porto Alegre, Brasil, en el año 2002. El periodista y teórico francés propuso la creación de un Observatorio Global de Medios que tuviese como tarea principal el análisis crítico de los productos ofrecidos por los medios de comunicación masiva.

Un grupo de periodistas y especialistas de la comunicación de distintos países fundaron este Observatorio en la Universidad de Sao Pablo, para hacer frente a los grandes grupos hegemónicos, mediante la elaboración de informes que examinan la producción informativa, la relación de periodistas y consumidores con las empresas de



noticias y la relación de los factores económicos, publicitarios, retóricos y políticos en la construcción de la información.

En medio de este panorama, intentaron encaminarse las propuestas de la televisora multiestatal Telesur, la cual, en palabras del analista uruguayo Aram Aharonian, uno de los fundadores del proyecto, debía contribuir al desarrollo de un nuevo paradigma comunicacional en Latinoamérica que estimulara la producción, difusión y promoción de contenidos regionales, articulados en pos del reconocimiento del imaginario popular (Aharonian, 2007).

### **Telesur: una nueva propuesta, un gran desafío**

La Nueva Televisión del Sur se constituyó en un primer momento como un proyecto multiestatal entre varios países: Uruguay, Argentina, Cuba, Bolivia y Venezuela, con su sede principal en Caracas, la capital de este último, desde donde se trasmite su señal por enlace satelital. Su programación, que abarca las veinticuatro horas del día, llega a varios países de América, Europa y la parte noroccidental de África y también se emite a través de compañías de televisión por cable, televisoras nacionales, regionales, universitarias, comunitarias e Internet.

Esta televisora emerge en medio de un proyecto político que se erigió como elemento de resistencia contra el orden mundial imperante: la República Bolivariana de Venezuela, liderada en ese momento por Hugo Chávez, así como de otros procesos políticos que algunos autores han valorado como un resurgir de las izquierdas en el continente latinoamericano y que tienen su evidencia en las medidas implementadas por los gobiernos de Evo Morales en Bolivia, o de Rafael Correa en Ecuador, Luiz Inácio Lula en Brasil, o Cristina Fernández en Argentina (Borón, 2004; López, 2009; Colussi, 2012, Aharonian, 2010).





De tal manera, desde su surgimiento Telesur tuvo entre sus objetivos constituirse como otra fuente de información ante las distorsiones y omisiones que se manejaban en las noticias de los grandes medios de comunicación sobre estos procesos de cambio en Latinoamérica. Al entender la integración como uno de sus objetivos fundacionales, Telesur se proponía contemplar estrategias de socialización de nuevos significados, de actores y roles no tan nuevos, pero tradicionalmente excluidos, de imágenes emancipadoras de las iconografías exportadas de otras regiones.

Así, Telesur se planteó dos grandes metas: servir de contrapeso a la dominación hegemónica de cadenas internacionales como la BBC y CNN; y promover la integración política y cultural por medio del fortalecimiento de lo que sus creadores consideraban era la esfera pública común en la región (Cañizares y Lugo, 2007).

Este canal de televisión multiestatal, al tiempo que renueva la utopía integracionista-comunicacional en América Latina, se inscribe en la perspectiva de expansión de un proceso político: el de la Alternativa Bolivariana de las Américas (ALBA)

Y su representación la ejerce el Ministerio de Comunicación e Información de Venezuela (MINCI) de donde surge el presupuesto para el sostenimiento del 51 por ciento de participación que tiene el Gobierno venezolano. El resto de los países que participan en esta televisora multiestatal son Argentina (20% de las acciones), Uruguay (10 %), Cuba (19%) y de reciente entrada Bolivia y Nicaragua (Bisbal, 2009, p.68).

El investigador venezolano Marcelino Bisbal (2009) recalca la dependencia económica del canal a Venezuela, dado que la iniciativa se proyectó desde el Gobierno venezolano y con dinero del presupuesto nacional, algo que puede incidir en la definición de las políticas de la televisora, al no existir la necesaria separación entre la estructura de propiedad del canal y su estrategia editorial. Esta misma preocupación ha ocupado las reflexiones de otros dos investigadores, los también venezolanos Jairo Lugo y Andrés Cañizález, quienes señalan que Telesur se presenta al mismo tiempo como un medio





para extrapolar los intereses geopolíticos nacionales, tanto dentro de Venezuela como en el exterior (Cañizales & Lugo, 2007).

## Retos y presupuestos

Como ya hemos señalado, la televisora se propuso en principio dos dimensiones básicas de trabajo: acercarse de manera crítica a los temas globales que se manejan en las noticias de los grandes medios de comunicación y privilegiar los contenidos que caracterizan e interesan al Sur.

Con estas expectativas comenzó a transmitir su señal, aunque no sin contratiempos en sus primeras emisiones. Como lo explica el periodista y director general del programa informativo Mesa Redonda Internacional de Telesur, Randy Alonso, “lo primero que pasó fue que no se sabía exactamente qué se quería y era un canal que ni era noticioso ni cultural, ni generalista. Era todo y no era nada. Se pasaban largas horas poniendo documentales sobre los indígenas y así evidentemente en estos tiempos no se puede competir. Luego se ha ido redefiniendo el carácter de Telesur como un canal informativo, que no deja de tener documentales, películas y otros espacios, pero cuyo basamento fundamental es la información.”<sup>2</sup>

La Nueva Televisión del Sur informa los siete días de la semana a través de diferentes programas noticiosos que siguen los acontecimientos considerados de impacto para la región. Mientras, su programación incluye otros espacios que promueven también la filmografía de los realizadores del continente.

Telesur maneja premisas como el equilibrio y el empleo de multiplicidad de fuentes en el periodismo. Señalan que es necesario exponer lo que opinan las distintas partes de

---

<sup>2</sup> Entrevista realizada por las autoras.



un hecho noticioso así como sus nombres y apellidos completos, aún si se trata de fuentes no oficiales. Entre sus principios se resaltan igualmente aquellos acontecimientos que no serán de interés para el medio: “el pertenecer a la aristocracia europea, la fama resultado de la frivolidad o poseer grandes riquezas económicas no son cuestiones que conviertan a nadie en protagonista, a no ser que sea dejar en evidencia cómo afectan a las desigualdades sociales o la violación de derechos humanos. No nos interesa la muerte del padre de Julio Iglesias ni la boda de Carolina de Mónaco, ni la nueva mansión de Bill Gates.”<sup>3</sup>

Como lineamientos se plantean también el interés por la contextualización de sus historias, para un mayor entendimiento y profundización en los diferentes tópicos, aunque el interés inicial principal era llegar a hacer una profundización sobre la línea editorial del medio.

Sin embargo, el proyecto ha constituido un gran reto para periodistas y creadores, pues al salir al aire encontró un público amplio y heterogéneo, que comparte tradiciones y raíces similares, al igual que hábitos de consumo de información, marcados por los modos de hacer de las grandes empresas mediáticas. Un público además, con dificultades para acceder a las nuevas tecnologías.

### Encuentros y desencuentros al mostrar el Sur: apuntes teórico-metodológicos

Para examinar el modo en que se representa la realidad latinoamericana a través del noticiero Estelar de Telesur, es oportuno precisar que tuvimos como muestra dos semanas de ese espacio informativo, comprendidas entre el 14 y 28 de abril de 2008. El propósito fue analizar cómo se comportó nuestra categoría de análisis en la unidad

<sup>3</sup> *Manual de Funcionamiento, Redacción y Estilo de las Corresponsalías de Telesur.*



seleccionada: la construcción periodística audiovisual de los productos comunicativos que abordan los sucesos de la región.

La construcción periodística queda entendida como un proceso especializado, socialmente legitimado e institucionalizado de producción de un discurso audiovisual, realizado por profesionales que representan la realidad a partir de ciertos criterios de noticiabilidad, estrategias discursivas, elementos dramáticos y fuentes de información, y en consonancia con las líneas editoriales del medio para el cual tributan.

Asimismo, especificamos que la representación de la realidad se comprende como un acto de sustitución resultante de la acción de los sujetos de representación—sujetos de poder que controlan el campo de representación— sobre los objetos de representación —aquello que es representado y sobre lo cual se centra el discurso de los primeros—. Este proceso tiene una fuerte tendencia a la auto-naturalización, para apreciarse como si lo que se representara fuera la verdad objetiva. A través de este acto, los elementos representados adquieren significado, no por lo que son, sino por su función como significantes y representantes de todas las actividades humanas (Prendergast, 2000; Hall, 1997; Foucault, 1986; Barthes, 1984).

En nuestro caso específico identificamos como sujetos de la representación a los profesionales de la información de Telesur —periodistas, editores, jefes de información—, aunque también hay que contemplar aquí a sus directivos y a quienes, incluso desde fuera del canal, pero investidos de poder y jerarquía pudieran mediar en la elección de la agenda y el enfoque de los contenidos de la televisora.

Con el surgimiento de Telesur el control del campo de la representación —tal y como lo entienden los teóricos Christopher Prendergast, Michel Foucault y Roland Barthes—<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Los tres autores comparten la idea de la representación como un triángulo, donde el campo de representación puede ser concebido de manera similar a esa figura geométrica, en cuyo extremo superior está el sujeto, centrado y unificado, quien recorta, delimita y controla el campo. Por lo tanto, es un sujeto de poder, en tanto actúa sobre las acciones de los otros (Prendergast, 2000; Foucault, 1986; Barthes, 1984).



se coloca del lado de los nuevos sujetos de poder, representantes de los sectores tradicionalmente marginados en las narraciones mediáticas hegemónicas. Desde esa posición los periodistas de la televisora multiestatal ubican simbólicamente a sus objetos de la representación, que devienen fuentes y protagonistas de sus relatos periodísticos. Es por ello que en Telesur la realidad latinoamericana se construye a partir de la presencia en los acontecimientos de los nuevos sujetos de poder: políticos e intelectuales de izquierda, progresistas, líderes populares, implicados con los movimientos sociales en el continente, quienes son ahora fuentes de información, voces legitimadas, sujetos visibilizados; al igual que lo son, aunque todavía en menor medida, los hombres y mujeres trabajadoras, campesinos, indígenas, desempleados; sujetos sociales desplazados por los grandes medios.

Sin embargo, aunque se hacen presentes las voces de sujetos silenciados y ausentes de los grandes medios de comunicación, la realidad de América Latina se construye en Telesur fundamentalmente desde las experiencias, las opiniones, los criterios y la visión de los hechos de los nuevos sujetos empoderados, quienes representan a esos grupos habitualmente excluidos en los medios.

Políticos, intelectuales y profesionales, en su mayoría hombres blancos, adultos, vinculados a la izquierda política del continente, son las fuentes priorizadas por los profesionales en su discurso.

Sus realizadores elaboran los relatos recurriendo sobre todo a las fuentes tradicionales, aunque dentro de estas apelan, principalmente, a las versiones de los nuevos sujetos de poder. Así, desde una perspectiva diferente, que se presenta como alternativa a los discursos mediáticos hegemónicos, Telesur construye la realidad de América Latina privilegiando los testimonios de los representantes de los sectores usualmente excluidos. Aunque, es importante reconocer que de este modo los relatos periodísticos difundidos por la televisora reproducen un esquema de dominación, ahora dentro del grupo de sujetos a los que Telesur se propone dar espacio en su





discurso, pues las versiones y opiniones de los hechos se presentan, en su mayoría, a partir de los nuevos voceros del pueblo y no a partir del pueblo mismo.

La representación sigue así un modelo de reproducción del poder, pues se realiza recurriendo fundamentalmente a aquellas fuentes que están ubicadas en un nivel jerárquico superior en la sociedad. Dentro del paradigma inclusivo que se propone seguir Telesur continúan quedando relegados las mujeres, los jóvenes, los negros, los indígenas. En la construcción periodística de la realidad de América Latina la voz de los sujetos no empoderados continúa teniendo escasa presencia.

Y es alrededor de este aspecto que ha versado una de las preocupaciones fundamentales de los directivos de Telesur y de quienes piensan al canal como importante medio de socialización e intercambio de nuestras realidades. Aram Aharonian, quien no solo participó en la concepción y concreción de Telesur, sino que además ha pensado críticamente el proyecto, antes y después de abandonarlo en 2009, señalaba en los inicios de la televisora:

Insisten en preguntarnos quién garantiza que como empresa multiestatal, Telesur no se vuelva un canal propagandístico, gubernero. Y respondemos que nadie. Nadie más que la credibilidad de unos Estados maduros que reivindican su papel político e histórico para rescatar el espacio público, nadie más que la credibilidad de un proyecto que está sustentado en la diversidad, la pluralidad, la lucha por los cambios y por la integración, como alternativa al mensaje hegemónico y monocorde de las transnacionales de la comunicación (Aharonian, 2007).

Pero el cumplimiento de estos propósitos depende de disímiles factores, entre ellos, cuestiones tan subjetivas como las ideologías de los sujetos de representación encargados de construir finalmente lo que se dará a conocer a la audiencia. Los emisores comparten opiniones, creencias y conocimientos, que han legitimado a determinados actores sociales como los idóneos para otorgar credibilidad a los



productos comunicativos. A partir de estas estructuras mentales se han consolidado y jerarquizado a los hombres blancos, profesionales y adultos, como las fuentes que otorgan mayor credibilidad al relato, pues han sido estos sujetos históricamente los grupos empoderados y por tanto, con acceso preferencial al discurso público.

En el empleo de las fuentes periodísticas, a pesar de que se proponen como un medio inclusivo y plural, la preeminencia del empleo de las fuentes tradicionales revela que los sujetos usualmente marginados en los medios adquieren visibilidad en la televisora, pero la interpretación de los acontecimientos pasa por la cosmovisión de los sujetos que ocupan un nivel jerárquico superior dentro de ese grupo. De este modo, aún se favorece en el discurso la aparición de las elites simbólicas y se distancia así la televisora de esa equidad a la que aspira.

En Telesur, desde una perspectiva nacional, se privilegian hechos propios de América Latina, que encuentran en este canal un espacio para socializar acontecimientos muchas veces simplificados, cuando no silenciados en otros medios. Mientras, en contraste con las tendencias actuales de la información —superabundante y fragmentada— se aprecia en el medio el énfasis que se le otorga a la contextualización y al seguimiento de los hechos noticiosos.

La aplicación de los valores/noticia, como primer acto de selección de los sujetos de representación sobre los acontecimientos que serán noticiados, supone una predisposición hacia aquellos aspectos que serán resaltados en el discurso. Por ello, los valores que se identifican en los productos informativos de Telesur forman parte del modo en que realizan la construcción periodística de la realidad de América Latina.

En Telesur la elección de lo noticiable en el continente es responsabilidad, en primera instancia, de las corresponsalías, pues es donde se realiza la primera selección de acontecimientos, aunque desde la sede en Caracas pueden llegar propuestas de coberturas a los distintos países. En ese primer momento los periodistas proponen su nota del día y su visión del hecho. Luego, la Mesa de Asignaciones decide las





informaciones a incluir, y por último, la Mesa Editorial orienta tanto el modo en que serán abordadas, como el lugar que ocuparán dentro del espacio del noticiero.

Respecto a la selección y el enfoque de las noticias en la televisora, Randy Alonso apuntó que al canal le falta aún una definición precisa de qué es lo alternativo, algo que debe darse no sólo al reflejar el acontecimiento sino también en el modo de hacerlo; al tiempo que señala la responsabilidad en este sentido de realizadores y directivos que intervienen en la construcción de la noticia, procesos que implican negociaciones constantes entre todas las naciones que componen el canal.<sup>5</sup>

En relación con estos criterios de importancia relativos a la noticia, la construcción de la realidad de América Latina se efectúa principalmente desde una perspectiva nacional, pues se resaltan acontecimientos que tienen lugar en nuestros países, con implicación e importancia para las naciones en las que ocurrieron. En tanto, el valor/noticia grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en los acontecimientos, tributa a la representación de los nuevos sujetos de poder del continente. Los emisores comparten opiniones, creencias y conocimientos que han legitimado a los sujetos empoderados como los idóneos para otorgar alcance y trascendencia a los productos comunicativos. A partir de estas estructuras mentales se han consolidado y jerarquizado aquellos acontecimientos donde participan personalidades de la política o la cultura, bajo el criterio de que su presencia le otorga relevancia al hecho.

También están presentes como valores/noticia la brevedad y la novedad, lo que se corresponde con una de las características del modelo estandarizado de producción de noticias en televisión. Este criterio de importancia es asumido por los sujetos de la representación como modo eficaz y probado de estructurar los relatos periodísticos en el medio, y por tanto, es reproducido.

Los criterios de noticiabilidad manejados por los corresponsales contribuyeron

<sup>5</sup> Entrevista realizada por las autoras.







igualmente a exponer a hombres y mujeres trabajadoras, campesinos, indígenas, desempleados; sujetos sociales desplazados por los grandes medios y cuyas experiencias diarias muchas veces no son consideradas de interés periodístico.

Es notorio también que en sus productos comunicativos aún resalta la preeminencia del tema Conflicto, sobre acontecimientos y procesos que tributan a reflejar la unidad, el apoyo mutuo entre naciones, siguiendo así el esquema estandarizado de producción de noticias, según el cual las catástrofes, los sucesos violentos y en general los acontecimientos “espectaculares”, son priorizados en medios preocupados por vender sus noticias-mercancía. En este sentido, alcanzar una agenda propia no es aún un objetivo alcanzado por Telesur, como tampoco lo es el desprenderse de los estándares que signan actualmente la producción internacional de noticias.

En relación a este tema, Aram Aharonian, director del medio hasta 2009, ha señalado que para establecer nuevos paradigmas la televisora debe distinguirse por la alternatividad de sus mensajes, a partir de generar una agenda informativa propia y no una agenda reactiva a la agenda de la competencia, lo cual se logra -afirma el intelectual uruguayo- teniendo un proyecto político y comunicacional sólido, lo cual parece haberse desvanecido de la televisora; ha quedado relegado a las palabras sobre el papel de un proyecto (Aharonian, 2010).

La televisora genera parte de su agenda a través de las corresponsalías en todo el continente, pero también fluye la información a través de las agencias Reuters, AP, Prensa Latina, EFE, y posee además convenios con Al-Jazeera y la BBC.

Al respecto los investigadores Cañizales y Lugo (2007) consideran que la independencia de la agenda noticiosa de Telesur supone una disyuntiva en más de un sentido, ya que el proyecto propone alejarse del modelo tradicional anglosajón, centrado en la noción de imparcialidad asociada frecuentemente con el valor de objetividad. Estos valores están supuestamente garantizados por los elementos comerciales del modelo, que enfatizan la propiedad privada de los medios como

mecanismo de contrapeso a la intervención gubernamental. De tal modo, al contemplar los mismos valores de independencia y objetividad que Al-Jazeera, por ejemplo, Telesur está estableciendo un estándar que contradice su propósito de ser un paradigma alternativo al sistema de medios anglosajones. Mientras, igualmente desafiante que alcanzar una agenda propia será el grado de independencia que la televisora pueda alcanzar ante la intervención gubernamental (Cañizales & Lugo, 2007).

Para invertir la perspectiva de la construcción del discurso, en relación con los grandes medios de comunicación, se precisa también del empleo estratégico de recursos dramáticos que tributen a una mayor coherencia en la noticia y permitan enfatizar intenciones y significados, a la vez que propicien una mayor eficacia comunicativa con el espectador. Esta autodenominada Televisión del Sur debe informar, pero sin perder de vista la necesidad de atrapar al público con su discurso.

Por ello, el Director del grupo Creativo del Consejo de Estado de Cuba, Pedro García-Espinosa, quien trabajó en el diseño de la imagen corporativa de Telesur, refirió cómo desde la visualidad puede articularse un discurso en función de los objetivos del canal. “El estereotipo que se ha adoptado es el occidental, de cuello y corbata, de etiqueta ¿Cómo quieres ser un canal de integración que refuerce la identidad y a la vez parecete a Fox o BBC Londres? Nosotros creemos que se puede mantener a un locutor muy elegante modificando los materiales, manejando las texturas, teniendo en cuenta detalles de los accesorios y eso sólo en el vestuario ya da otra identidad”.<sup>6</sup>

### Algunas reflexiones y conclusiones finales

Aunque la mayoría de los realizadores de Telesur coinciden en que la alternatividad del medio está dada fundamentalmente por el contenido, por el enfoque de los mensajes,

<sup>6</sup> Entrevista realizada por las autoras.

reconocen la importancia de concretar, aunque sea a mediano y largo plazo, un modelo comunicativo propio. En tanto, un vistazo a los resultados de la investigación que dio pie al presente artículo revela que ni contenidos ni enfoques están muy alejados de los principios que rigen la producción estandarizada de noticias.

En otra investigación acerca de la programación de Telesur, realizada por Bisbal (2010)<sup>7</sup> este autor expone que las noticias del canal resaltan aquellos hechos que remarcan la popularidad de los gobiernos integrantes de la televisora, desacreditan a los grupos opositores a estos gobiernos, y atacan la política del Departamento de Estado de los EE.UU. “Destacan las notas informativas sobre Venezuela y Cuba. Asimismo, el contenido informativo está cargado de un juicio valorativo con un gran sesgo político favorable a estos países y sus respectivos gobiernos” (Bisbal, 2010, p.73).

Elaborar una visión propia de los acontecimientos latinoamericanos, desprovista de estereotipos o segregaciones de cualquier índole, alejada de los modos de hacer y decir de las grandes empresas mediáticas, se revela como un objetivo posible pero complejo. En ello intervienen aspectos determinantes del proceso de construcción periodística: la asunción de los criterios de importancia, el manejo de las fuentes, el empleo de estrategias discursivas y la utilización de los diferentes elementos dramáticos, componentes que quedan a la elección de los profesionales de la información, condicionados por sus modelos del contexto.

Telesur es un canal que se propone como alternativa a los mensajes hegemónicos y como vía de integración entre los pueblos latinoamericanos; pero es, además, un grupo de hombres y mujeres que trabajan en función de ese objetivo expresamente declarado y que intentan concretar en la práctica diaria; sujetos portadores de sistemas

<sup>7</sup> Los resultados de la investigación aparecen publicados en el artículo Telesur: ¿concreción de un proyecto comunicacional-político regional? En la revista *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*, y contemplan un análisis de contenido de la programación del canal a través de una muestra de 3 días del mes de julio de 2006 y del día 5 de enero de 2009.



de creencias, valores, concepciones, elementos subjetivos que inciden constantemente en el modo en que construyen la realidad del continente.

Pero al mismo tiempo, en Telesur convergen elementos externos a la propia práctica periodística que median constantemente su quehacer y llegan a ser determinantes.

La visión que se propuso es la de “ser un canal de servicio público con cobertura global que desde el sur, produce y divulga contenido informativo y formativo para una amplia y leal audiencia, con una visión integradora de los pueblos”. La realidad nos ha mostrado otra cara distinta. Su programación responde más a un claro objetivo político y de preferencia ideológica (Bisbal, 2009, p.74).

Los intereses políticos de los gobiernos que conforman Telesur median la labor de un canal creado también para representar estos nuevos poderes en la región. Estos factores trascienden el poder de decisión de los profesionales de la información del canal e intervienen en el resultado del trabajo de producción noticiosa de la televisora, desdibujando unos ideales fundacionales todavía utópicos.

Persisten en la construcción de la realidad latinoamericana que difunde Telesur las miradas estereotipadas, machistas, eurocéntricas... Falta aún pluralidad de voces, inclusión de actores sociales, representación de la diversidad en el más amplio sentido, desde la cultural, la política, la étnica, la ideológica... Revertir estos aspectos tendrá que ver sin duda con una práctica periodística coherente con el proyecto inicial de Telesur, pero queda claro que estos propósitos, imprescindibles para aspirar a un nuevo Orden Comunicacional, pasan también y fundamentalmente, por la efectividad o la inconveniencia estructural y organizativa del canal.



## Referencias

- Aharonian, Aram. (2007). *Vernos con nuestros propios ojos. Apuntes sobre comunicación y democracia*. Caracas: Melvin C.A.
- Barthes, Roland. (1984). *Análisis estructural del relato*. México: Premia Editora.
- Bisbal, M. (abril-junio 2009). Telesur: ¿concreción de un proyecto comunicacional-político regional? *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*. 66-75.
- Borón, Atilio. (2004) La izquierda latinoamericana a comienzos del siglo XXI: nuevas realidades y urgentes desafíos. *Rebelión*. Recuperado de [www.rebellion.org](http://www.rebellion.org)
- Cañizález, Andrés., Lugo, Jairo. (agosto - diciembre 2007). Telesur. Estrategia geopolítica con fines integracionistas. *Confines*. 3(6), 53-64.
- Colussi, Marcelo. (2012). Las izquierdas en Latinoamérica: necesidad de repensarlas. *Rebelión*. Recuperado de <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=151714>
- Cruz, J. (abril de 2010). En América latina hay una memoria viva. Entrevista a Aram Aharonian, ex director de Telesur. *Matices*. Recuperado de <http://www.revistamatices.com.ar/index.php/entrevista/383-aram-aharonian-ex-director-de-telesur.html>
- Foucault, M. (1986). *Las palabras y las cosas*. México: Siglo XXI Editores.
- Hall, S. (1997). The work of representation. En S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (pp. 13-74) London: Sage Publications.
- López, Roberto. (enero - junio 2009). El Despertar de la Izquierda Latinoamericana y las Teorías que lo Acompañan. *Cuestiones Políticas*, 25(42), 147-170.
- Pardo, E. (18 de noviembre de 2008). Telesur está tomada por ineptos, contrarrevolucionarios en el amplio sentido de la palabra. Entrevista a Aram Aharonian, vicepresidente de Telesur. *América Latina en movimiento*. Recuperado de <http://alainet.org/active/27533&lang=es>



Prendergast, Christopher. (2000). El triángulo de la representación. Columbia:  
Columbia University Press.

Salinas, Raquel. (1984). *Agencias trasnacionales de información y el Tercer Mundo*. Quito:  
The Quito Times.

Telesur. *Manual de Funcionamiento, Redacción y Estilo de las Corresponsalías de Telesur*.  
Recuperado de: [http://revoluciontrespuntocero.com/wp-content/uploads/2012/12/LINEAMIENTOS\\_BASICOS\\_PARA\\_ELABORACION\\_DE\\_OTAS.pdf](http://revoluciontrespuntocero.com/wp-content/uploads/2012/12/LINEAMIENTOS_BASICOS_PARA_ELABORACION_DE_OTAS.pdf)

